

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha

Ni Putu Evi Lila Sari Giri^{*1}, I Nyoman Sujana²

^{1,2}Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha
Singaraja, Bali, Indonesia

Email: evi.lila@undiksha.ac.id^{*1}, nyoman.sujana@undiksha.ac.id²

Abstrak

Riwayat Artikel
Tanggal diajukan:
2 Maret 2023

Tanggal diterima :
5 Mei 2023

Tanggal
dipublikasikan:
30 Juni 2023

Dalam penyelenggaraan kegiatan penelitian ini telah adanya tujuan ialah guna menguji: (1) pengaruh yang diberikan oleh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa, (2) pengaruh yang diberikan oleh media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa, dan (3) pengaruh yang diberikan oleh pengetahuan kewirausahaan dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Jenis penelitian ini memakai penelitian kausalitatif. Populasi yang dipakai ialah berupa mahasiswa Fakultas Ekonomi yang telah berhasil memperoleh mata kuliah kewirausahaan yang ada pada tahun ajaran 2019 hingga 2022 dengan banyaknya mencapai 1.842 orang, sehingga jumlah sampel 329. Teknik sampel yang pihak peneliti pakai berupa teknik *simple random sampling*. Metode yang dipakai dalam melakukan proses kegiatan pengumpulan data berupa kuesioner dengan pemakaian analisis regresi linier berganda. Pada tahap akhir melakukan uji hipotesis berupa uji t dan uji F yang diolah dengan bantuan aplikasi yang bernama SPSS 25 for windows. Perolehan hasil kegiatan penelitian memperlihatkan bahwa: (1) pengetahuan kewirausahaan memberikan pengaruh yang mengarah hasil positif dan juga hasil signifikan pada minat berwirausaha mahasiswa, (2) media sosial memberikan pengaruh yang mengarah hasil positif dan juga hasil signifikan pada minat berwirausaha mahasiswa, dan (3) pengetahuan kewirausahaan dan media sosial memberikan pengaruh yang mengarah hasil positif dan juga hasil signifikan pada minat berwirausaha mahasiswa.

Kata kunci: Pengetahuan Kewirausahaan; Media Social; Minat Berwirausaha

Abstract

In carrying out this research activity, the objectives were to test: (1) the influence exerted by entrepreneurial knowledge on student entrepreneurial interest, (2) the influence exerted by social media on student entrepreneurial interest, and (3) the influence exerted by entrepreneurial knowledge and social media on student entrepreneurship interest. This type of research uses causalitative research. The population used was in the form of students from the Faculty of Economics who had succeeded in obtaining existing entrepreneurship courses in the 2019 to 2022 school year with a total of 1,842 people, so that the sample was ultimately used with a total of 329. The sample technique that the researchers used was a simple random sampling technique. The method used in carrying out the process of data collection activities is in the form

Pengutipan:
Giri, N. P. E. L. S.,
Sujana, I. N.
(2023). Pengaruh
Pengetahuan
Kewirausahaan
dan Media Sosial
terhadap Minat
Berwirausaha
Mahasiswa
Fakultas Ekonomi
Universitas
Pendidikan
Ganesha. *Jurnal
Pendidikan
Ekonomi
Undiksha*, 15(1),
112–121.
[http://doi.org/
10.23887/jjpe.v15i
1.63546](http://doi.org/10.23887/jjpe.v15i1.63546)

of a questionnaire using multiple linear regression analysis. In the final stage of testing the hypothesis in the form of a t test and F test which are processed with the help of an application called SPSS 25 for windows. The results of research activities show that: (1) entrepreneurship knowledge has an influence that leads to positive results and also significant results on student entrepreneurship interest, (2) social media has an influence that leads to positive results and also significant results on student entrepreneurship interest, and (3) entrepreneurial knowledge and social media have an influence that leads to positive results and also significant results on student interest in entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurial Knowledge; Social Media; Interest in Entrepreneurship

PENDAHULUAN

Adanya pertumbuhan penduduk dapat secara langsung mempengaruhi mutu peningkatan sumber daya manusia (Bidarti, 2021:1). Dengan berlandaskan pada data dari Laporan Badan Pusat Statistik (BPS) yang ada dalam tahun 2022, maka mampu untuk dipahami bahwa banyaknya jumlah penduduk yang ada di kawasan wilayah Indonesia yang terdata tahun 2017 sebesar 261.34 juta jiwa, tahun 2019 naik menjadi 264.16 juta jiwa, pada pertengahan tahun 2020 tercatat sudah 270.20 juta jiwa, selanjutnya dalam pertengahan yang terjadi pada tahun 2021 mengalami naik kembali menjadi 272.68 juta jiwa, dan pertengahan tahun 2022 pertumbuhan penduduk Indonesia menjadi sebanyak 275.77 juta jiwa. Angka ini menunjukkan setiap tahunnya jumlah penduduk di Indonesia selalu mengalami peningkatan.

Pertumbuhan penduduk yang tinggi, namun tidak diiringi dengan pertumbuhan kesempatan kerja, maka akan menyebabkan terjadinya masalah pengangguran. Angkatan kerja tidak sebanding dengan jumlah kesempatan kerja yang dapat diserap oleh lapangan pekerjaan. Pengangguran disebabkan tidak terpenuhinya syarat kerja untuk memenuhi dunia usaha, bahkan banyak yang *fresh graduate* yang masih susah dalam mencari pekerjaan. Adapun data pengangguran menurut Badan Pusat Statistik tahun 2022 ialah banyaknya angka jumlah pengangguran yang tertinggi telah dialami oleh bagi lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) pada saat dilakukan perbandingan dengan lulusan

jenjang pendidikan lainnya, yakni mencapai angka 11,45%, sedangkan Sekolah Menengah Atas (SMA) 8,55%, lulusan Diploma sebesar 6,69%, lulusan Universitas sebesar 6,97%, lulusan Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebesar 5,87%, dan TPT terendah ada pada jenjang lulusan Sekolah Dasar (SD) ke bawah sebesar 3,13%.

Dari fenomena di atas, seharusnya dapat dijadikan sebagai pertimbangan akan realita saat ini bahwa banyaknya tingkat pengangguran dari lulusan universitas, maka dalam hal ini yang menjadi salah satu upaya melakukan pengurangan jumlah angka pengangguran ialah melakukan kegiatan kewirausahaan. Mampu dipahami bahwa kewirausahaan telah dinilai sebagai sebuah proses kegiatan menciptakan sesuatu yang mampu muncul secara baru dengan cara melakukan pengamalan kaidah-kaidah yang memiliki tujuan guna mengabdikan sebuah waktu yang mampu diselaraskan dengan usaha yang diperlukan (Jhanji, 2021:3). Diketahui bahwa wirausaha dinilai sebagai seorang inovator yang menjadi individu yang dapat memperhatikan sebuah kesempatan usaha, mempunyai semangat dalam bekerja, dan kemampuan dalam berpikir untuk menaklukkan cara berpikir yang malas dan lamban (Alma, 2018:5).

Sebelum meningkatkan jumlah wirausaha untuk mengurangi jumlah pengangguran, maka mahasiswa Fakultas Ekonomi harus ditanamkan terkait dengan pentingnya ada minat berwirausaha. Dipahami bahwa minat dianggap munculnya rasa tertarik terhadap suatu hal

yang dalam hal ini tanpa adanya dorongan yang membuatnya terpaksa melakukannya dari berbagai pihak. Adanya suatu motivasi yang dimiliki, maka orang tersebut akan menunjukkan perilakunya dalam menjalankan kegiatan tertentu sesuai dengan minatnya (Sintya, 2019). Menurut Dinar (2020:4), maka mampu diuraikan bahwa minat berwirausaha dianggap sebagai suatu ketertarikan, adanya muncul keinginan, adanya kesediaan yang bertujuan untuk melakukan sebuah kerja keras agar dapat memenuhi kebutuhan hidup tanpa mempunyai rasa takut terhadap risiko yang ada di depan untuk dihadapinya, dan juga dalam hal ini penuh senantiasa akan melakukan kegiatan belajar dari adanya kegagalan yang diperolehnya. Diketahui bahwa minat berwirausaha dinilai sebagai adanya suatu motivasi, adanya dorongan, dan adanya rasa ingin yang dipakai dalam melakukan interaksi dan juga melakukan segala kegiatan dengan memakai perasaan bahagia yang memiliki arah untuk meraih apa yang menjadi tujuan diawal dengan cara melakukan kerja keras guna mengambil tiap-tiap kesempatan yang ada di depan mata dengan memakai keterampilan yang dimiliki, dan rasa yakin serta tanpa takut dengan tantangan atau risiko, sehingga dengan hal tersebut dapat belajar dari kegagalan sebelumnya). Minat yang muncul dalam diri para mahasiswa Fakultas Ekonomi diketahui sebenarnya tampak cukup tinggi, namun mereka takut gagal dalam usaha serta masih memiliki mindset untuk mengejar cita-cita sesuai dengan keilmuan yang ditempuh dan terlalu sulit dalam memulai suatu usaha sehingga menjadi penghambat mahasiswa memulai dalam menjalankan usaha.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha menurut Jhanji (2021:13) yaitu terdapat faktor pendidikan (pengetahuan kewirausahaan), teknologi informasi dan komunikasi (media sosial), kelembagaan, hukum, infrastruktur, finansial, komunikasi, prosedur, perubahan cepat, skala besar, stakeholder, globalisasi, dan teknologi R&D. Faktor pendidikan (pengetahuan kewirausahaan) dan teknologi informasi (media sosial) menjadi dua variabel yang

saya pilih, dikarenakan pengetahuan kewirausahaan telah didapatkan dalam bangku kuliah, yang di mana dengan adanya pengetahuan ini seseorang dapat memiliki sebuah kreativitas dan dapat berinovasi serta dapat mengetahui dasar-dasar dalam memulai wirausaha sehingga menjadi salah satu minat dalam berwirausaha. Kemudian untuk variabel media sosial di kalangan milenial sudah tidak asing lagi menggunakan media sosial, adanya berbagai jenis media sosial dapat dijadikan sebagai media untuk mendapatkan informasi dan melakukan promosi produk, sehingga mampu meningkatkan minat berwirausaha.

Fakultas Ekonomi yang ada tepatnya di Universitas Pendidikan Ganesha telah mampu memberikan bekal untuk berwirausaha dengan cara melalui pemberian Mata kuliah kewirausahaan, pengadaan kegiatan seminar yang merujuk tentang kewirausahaan, dan mampu tersedianya PKM-K. Saat ini di bangku kuliah telah mendapatkan pelajaran kewirausahaan. Adanya pelajaran kewirausahaan, maka dapat memberikan pengetahuan kepada mahasiswa terkait dengan dasar-dasar kewirausahaan. Diketahui bahwa pengetahuan kewirausahaan dinilai sebagai keseluruhan berbagai macam informasi yang mampu untuk diperoleh dari mengikuti kegiatan pelatihan dan sumbernya juga dari pengalaman, sehingga hal ini akan mampu membawa ke arah yang mampu mencermati adanya sebuah risiko yang kemungkinan akan dihadapi di depan untuk dihadapi dengan penuh keberanian yang besar (Aini & Oktafani, 2020). Pengetahuan kewirausahaan bisa didapatkan melalui pembelajaran yang diadakan di luar maupun di dalam kelas. Adanya program PKM-K dapat menciptakan aktivitas dalam memulai sebuah usaha. Dalam berwirausaha tentu harus memiliki sebuah pengetahuan dasar kewirausahaan agar dapat membantu individu dalam mengembangkan minat untuk menjadi seorang wirausaha. Dengan adanya pengetahuan yang dimiliki, maka akan menjadi suatu sumber sikap dan minat dalam menjadi seorang wirausaha.

Melalui pengetahuan kewirausahaan dapat memberikan pola pikir dan sikap bagaimana caranya menjadi seorang wirausaha dan dapat dijadikan sebagai investasi awal bagi mahasiswa dalam memulai suatu bisnis yang baru yang didapatkan melalui sebuah pengetahuan untuk nantinya dikembangkan dan diperluas usahanya. Pengetahuan kewirausahaan dapat memberikan pembelajaran kepada mahasiswa agar mempunyai kekuatan pribadi yang berinovatif dan kreatif dalam menjalankan suatu usaha. Pendidikan kewirausahaan yang diberikan di bangku kuliah dapat memberikan mahasiswa pengetahuan tentang proses dalam pengembangan usaha dan cara memasarkan sebuah produk.

Mata kuliah kewirausahaan membentuk mengenai bagaimana perilaku, sikap, dan pola berpikir menjadi seorang wirausaha sehingga dapat dijadikan sebagai modal bagi mahasiswa untuk memulai suatu usaha. Mahasiswa Fakultas Ekonomi diberikan mata kuliah kewirausahaan dengan tujuan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan yang nantinya dapat mengubah pola pikir, maka jika telah selesai menempuh pendidikan nantinya. Untuk menumbuhkan jiwa berwirausaha, maka mahasiswa Fakultas Ekonomi tersebut harus mendapatkan pengetahuan kewirausahaan secara detail dan menyeluruh. Dalam hal ini, maka pengetahuan kewirausahaan yang mahasiswa berhasil peroleh dari mata kuliah pembelajaran yang merujuk tentang kewirausahaan dinilai kurang mampu untuk dijadikan sebagai momentum untuk dipakai dalam memulai proses kegiatan suatu usaha. Dengan begitu banyaknya jumlah mahasiswa yang hanya terpaku pada kaidah-kaidah mata kuliah saja, sehingga dalam hal ini mahasiswa yang telah berhasil mendapatkan yang merujuk tentang kewirausahaan telah memperoleh pengetahuan kewirausahaan dan dinilai memiliki rasa minat yang mampu secara tinggi, namun di sisi lain para mahasiswa secara umumnya dalam hal ini kurang mampu menunjukkan keberanian dalam melakukan proses pengambilan sebuah risiko, sehingga hal inilah yang

memberikan dampak pada tanpa mampu terwujudnya rasa minat mahasiswa dalam melakukan kegiatan berwirausaha.

Teknologi dan informasi semakin pesat seiring dengan perkembangan zaman. Semua dapat dilakukan hanya melalui internet, contohnya penggunaan media sosial. Media sosial merupakan sebuah media yang bentuknya dalam hal ini berupa situs dan juga berupa aplikasi dengan adanya dukungan dari sebuah teknologi yang bentuknya berupa internet guna untuk memberikan dorongan dan juga mampu menghubungkan para pihak penggunaannya dengan para pihak siapa saja (Triastuti, dkk., 2017:16). Banyaknya pengguna media sosial dapat diperhatikan pada data yang ada dalam tahun 2022 dengan memberikan penjelasan bahwa jumlah pengguna internet mencapai angka 73.7% dan jumlah pengguna media sosial mencapai angka 68%. Dengan demikian banyaknya pengguna media sosial dalam hal ini, apalagi di kalangan masyarakat banyak yang menggunakan media sosial untuk mendapatkan dan membagikan informasi. Media sosial sangat bermanfaat jika cara penggunaannya benar, namun pada saat dipakai untuk hal yang mengarah ke negatif, maka akan secara otomatis muncul dampak negatif.

Di zaman sekarang media sosial digunakan untuk media komunikasi, media belajar, media mengekspresikan diri, dan media promosi. Adanya media sosial dapat memudahkan dalam kewirausahaan, dikarenakan media sosial dapat digunakan untuk media promosi sebuah produk serta juga mudah dalam penggunaan dan kecepatan untuk menyampaikan informasi mengenai produk, seperti menjual produk secara *online* melalui aplikasi Shopee, Tokopedia, TikTok dan sebagainya. Orang-orang banyak yang melakukan belanja *online* karena kemudahan dalam penggunaan tanpa pergi ke tokonya langsung sehingga dapat menghemat waktu dan tenaga.

Di kalangan mahasiswa yang ada pada sekarang ini banyak telah tampak banyaknya yang memakai media sosial. Adanya berbagai jenis media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, WhatsApp dapat dijadikan sebagai media

untuk melakukan promosi. Media sosial mempunyai peluang yang tinggi untuk memulai sebuah usaha, namun mahasiswa kurang memanfaatkan media sosial untuk memulai sebuah usaha dikarenakan tidak semua bisa mengerti dalam memanfaatkan media sosial dengan peluang berwirausaha yang baik. Selain itu berkaitan dengan mental mahasiswa yang mana tidak semua memiliki keberanian untuk tampil di media sosial untuk mempromosikan produknya dikarenakan takut mendapatkan penilaian buruk sehingga hal ini menyebabkan kurangnya keberanian dalam diri mahasiswa untuk memanfaatkan media sosial untuk memulai suatu usaha. Kegiatan penelitian memiliki maksud guna agar dapat mengetahui dan juga berhasil menemukan bukti-bukti empiris yang memiliki kaitan terkait pengaruh yang akan diberikan oleh variabel pengetahuan kewirausahaan dan media sosial guna menumbuhkan serta meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa yang ada di Fakultas Ekonomi di Undiksha.

Berdasarkan observasi awal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi sebanyak 25 orang diperoleh bahwa mereka telah mendapatkan mata pelajaran kewirausahaan dan diberikan tugas terkait proposal usaha agar mampu menuntun mengimplementasikan sebuah rancangan usahanya. Selain itu, dalam hal ini agar mereka mampu memakai media sosial dalam melakukan kegiatannya dan juga memperhatikan tiap-tiap promosi barang dan jasa. Dari hal ini, mampu untuk dipakai sebagai bahan tinjauan ada atau tidaknya rasa minat berwirausaha pada diri para mahasiswa.

Para mahasiswa yang ada di Fakultas Ekonomi di di Undiksha dalam hal ini dinilai mempunyai minat melakukan kegiatan berwirausaha dengan cara memperhatikan dari aspek faktor-faktor yang ada kemungkinan memunculkan dampak pengaruh dengan hasil secara signifikan yang mencakup variabel pengetahuan kewirausahaan dan juga variabel media sosial. Dengan adanya muncul alasan tersebut dan juga berlandaskan pada uraian dalam latar belakang, maka pihak penulis secara

memiliki ketertarikan melakukan kegiatan proses penelitian yang berkaitan tentang bagaimana pengaruh yang sebenarnya diberikan oleh Pengetahuan Kewirausahaan dan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Undiksha.

Berlandaskan pada uraian yang ada dalam latar belakang, maka dirumuskan masalah sebagai berikut: (1) Apakah hasil memperlihatkan ada dampak pengaruh yang mampu dalam hal ini diberikan oleh pengetahuan kewirausahaan yang arahnya pada minat berwirausaha mahasiswa?, (2) Apakah hasil memperlihatkan ada dampak pengaruh yang mampu dalam hal ini diberikan oleh media sosial yang arahnya pada minat berwirausaha mahasiswa? dan (3) Apakah hasil memperlihatkan ada dampak pengaruh yang mampu dalam hal ini diberikan oleh pengetahuan kewirausahaan dan media sosial yang arahnya pada minat berwirausaha mahasiswa?. Adapun yang menjadi maksud atau tujuan melakukan kegiatan penelitian ini sebagai berikut: (1) Pengaruh yang berhasil diberikan oleh pengetahuan kewirausahaan pada minat berwirausaha mahasiswa, (2) Pengaruh yang berhasil diberikan oleh yang berhasil diberikan oleh media sosial pada minat berwirausaha mahasiswa dan (3) Pengaruh yang berhasil diberikan oleh pengetahuan kewirausahaan dan media sosial pada minat berwirausaha mahasiswa. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan serta wawasan mengenai pengaruh pengetahuan berwirausaha dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa terutama di lingkungan mahasiswa Undiksha.

METODE

Proses kegiatan penelitian ini tepatnya dimulai dari bulan September 2022 sampai dengan berhasil untuk diselesaikan. Peneliti menggelar melakukan penelitian ini tepatnya di Fakultas Ekonomi di Undiksha yang memiliki lokasi di Singaraja. Dalam hal ini pihak peneliti memakai penelitian kausalitatif. Kegiatan penelitian ini memakai populasi berupa para

Mahasiswa yang ada di Fakultas Ekonomi yang telah dinilai berhasil dalam hal ini mendapatkan mata kuliah yang dalam hal ini berupa hal-hal berkaitan kewirausahaan. Sampel yang diambil dari Mahasiswa yang terdata di Fakultas Ekonomi yang ada dalam Program S1 Pendidikan Ekonomi, Program S1 Manajemen, dan Program S1 Akuntansi, D4 Perhotelan, D4 Akuntansi dengan banyaknya data mencapai 1.842 orang, maka sangat tepat adanya pemakaian teknik pengambilan sampel berupa *probability sampling*, dan jenis teknik yang dipakai oleh pihak peneliti dalam proses kegiatan pengambilan sampel dalam kesempatan ini ialah berupa *simple random sampling*. Berlandaskan pada pemakaian rumus Slovin, maka jumlah responden yang dipakai mencapai 329 responden. Jenis data yang pihak peneliti pakai ialah berupa data kuantitatif dengan berupa data primer. Metode pengumpulan data memakai kuesioner dengan penyebaran secara online *online* memakai *google form* dan juga dilakukan upaya secara langsung menemui para

responden. Kuesioner yang dipakai menggunakan skala likert.

Sebelum instrumen dipakai dalam proses kegiatan penelitian ini, maka instrumen akan wajib untuk diuji terlebih dahulu dengan melakukan tahapan pengujian validitas dan tahapan pengujian reliabilitas. Metode analisis data yang pihak peneliti pakai berupa analisis regresi linear berganda dengan dukungan proses pengolahan data dari aplikasi yang bernama SPSS *versi 25 for Windows*.

Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda, layak atau tidaknya perlu melakukan uji asumsi klasik yang mencakup: (1) pengujian secara normalitas, (2) pengujian secara multikolinieritas, dan (3) pengujian secara heteroskedastisitas. Kemudian melakukan tahapan terakhir berupa pengujian hipotesis berupa uji F maupun uji t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji analisis regresi linear berganda nampak pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16,463	1,980		8,314	0,000
Pengetahuan Kewirausahaan (X ₁)	0,504	0,051	0,470	9,842	0,000
Media Sosial (X ₂)	0,363	0,056	0,312	6,530	0,000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Sumber: Output SPSS 25 for Windows

Berlandaskan tabel 1, maka hasil dengan merujuk pada persamaan regresi, maka sebagai berikut.

$$Y = 16,463 + 0,504 X_1 + 0,363 X_2 + \epsilon$$

Berlandaskan pada model regresi yang berhasil terbentuk, maka pihak peneliti interpretasikan hasil sebagai berikut: (1) Konstanta (α) dengan mencapai angka 16,463, maka memberikan gambaran secara jelas bahwa pada kondisi Pengetahuan Kewirausahaan (X₁) dan variabel Media Sosial (X₂) memberikan nilai yang terlihat sama dengan nol, maka dalam kondisi ini

secara otomatis Minat Berwirausaha (Y) mencapai angka 16,463. (2) Perolehan dalam nilai koefisien regresi yang terjadi pada Pengetahuan Kewirausahaan (β_1) berhasil mencapai angka 0,504, maka memberikan gambaran secara jelas bahwa Pengetahuan Kewirausahaan (X₁) memberikan hasil pengaruh yang mengarah positif pada Minat Berwirausaha (Y). Kondisi ini berhasil menjelaskan bahwa dalam keadaan semakin tingginya pengetahuan kewirausahaan yang berhasil dimiliki oleh para Mahasiswa dengan angka yang

dalam hal ini mencapai 1 satuan, maka dengan secara otomatis pada kondisi ini akan terjadi pula semakin tinggi tingkat minat berwirausaha Mahasiswa, sehingga akan memunculkan hasil menjadi 16,967 ($16,463 + 0,504$), dengan pemberian tanggapan bahwa aspek variabel bebas yang ada pada lainnya dinilai secara tetap. (3) Perolehan dalam nilai koefisien regresi yang terjadi pada Media Sosial (β_2) berhasil mencapai angka 0,363, maka memberikan gambaran secara jelas bahwa Media Sosial (X_2) memberikan hasil pengaruh yang mengarah positif pada Minat Berwirausaha (Y). Kondisi ini menjelaskan bahwa pada kondisi semakin sering Mahasiswa menggunakan media

sosial dengan baik dengan angka mencapai 1 satuan, maka dengan secara otomatis pada kondisi ini akan terjadi pula semakin tinggi tingkat minat berwirausaha Mahasiswa, sehingga akan memunculkan hasil menjadi 16,826 ($16,463 + 0,363$), dengan pemberian tanggapan bahwa aspek variabel bebas yang ada pada lainnya dinilai secara tetap.

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha menggunakan uji t nampak pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Melakukan Uji t untuk Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16,463	1,980		8,314	0,000
Pengetahuan Kewirausahaan (X_1)	0,504	0,051	0,470	9,842	0,000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Sumber: Output SPSS 25 for Windows

Berlandaskan data yang ada dalam Tabel 2, maka memperlihatkan bahwa variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X_1) berhasil meraih nilai yang memperlihatkan t_{hitung} 9,842 > nilai t_{tabel} 1,967 dan berhasil meraih nilai yang memperlihatkan sig. 0,000 < 0,05. Nilai t_{hitung} yang arahnya secara positif dan tampak lebih besar daripada t_{tabel} serta juga nilai signifikansi yang kurang dari angka 0,05, maka memberikan makna bahwa dalam hal ini ditemukan Pengetahuan Kewirausahaan (X_1) memperlihatkan adanya pengaruh pada Minat Berwirausaha (Y). Dengan begitu disimpulkan bahwa H_1 berada dalam keputusan diterima ialah Pengetahuan Kewirausahaan (X_1) memberikan hasil pengaruh yang mengarah hasil positif dan juga hasil signifikan pada Minat Berwirausaha (Y).

Berlandaskan hasil tersebut, maka terjadi karena mahasiswa mampu dalam menganalisis peluang bisnis, di mana dengan pengetahuan kewirausahaan

mahasiswa dapat mempelajari bagaimana menganalisis peluang bisnis dan juga menumbuhkan kesadaran adanya peluang bisnis. Pemahaman dasar mengenai dasar kewirausahaan, di mana hal ini terjadi karena dengan pengetahuan kewirausahaan mahasiswa mempunyai pemahaman dasar mengenai dasar kewirausahaan dan mampu mengetahui apa saja yang dibutuhkan dalam membangun suatu usaha. Kemampuan dalam menyusun sebuah proposal bisnis tampak dimiliki oleh mahasiswa, karena dengan pengetahuan kewirausahaan mahasiswa mampu menyusun sebuah proposal bisnis yang disesuaikan dengan aspek bisnis dan mampu memperhitungkan segi keuntungan dan kerugian dalam penyusunan proposal bisnis. Proses melakukan analisis terkait dengan perencanaan bisnis tampak mampu dilakukan oleh mahasiswa, karena pengetahuan kewirausahaan memberikan pemahaman dalam menganalisis perencanaan bisnis. Kegiatan

menganalisis terkait dengan aspek modal kerja dan tentang pembiayaan mampu juga dalam hal ini dilaksanakan oleh mahasiswa, karena dengan adanya pengetahuan kewirausahaan, maka mahasiswa mampu dalam menganalisis modal kerja dan pembiayaan serta mampu mempertimbangkan modal kerja yang diperlukan.

Hasil yang diperoleh pada penelitian ini senada dengan temuan dari Prasetio, & Haryani (2020), bahwa ditemukan hasil yang memperlihatkan pengetahuan kewirausahaan memunculkan dampak pengaruh yang arah hasilnya signifikan dan juga adanya

hasil mempunyai jalinan hubungan korelasi yang arah hasilnya positif dan juga dengan secara kuat pada minat berwirausaha Mahasiswa. Suratno, dkk. (2020) juga berhasil memberikan hasil senada bahwa pengetahuan kewirausahaan dalam hasilnya memperlihatkan dampak pengaruh yang arah nilainya positif dan juga arah hasilnya signifikan pada minat berwirausaha.

Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha

Pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha menggunakan uji t nampak pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil Melakukan t untuk Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16,463	1,980		8,314	0,000
Media Sosial (X ₂)	0,363	0,056	0,312	6,530	0,000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Sumber: *Output SPSS 25 for Windows*

Berlandaskan pada data yang ada dalam Tabel 3, maka memperlihatkan bahwa variabel Media Sosial (X₂) berhasil meraih nilai t_{hitung} 6,530 > nilai t_{tabel} 1,967 dan berhasil meraih nilai sig. 0,000 < 0,05, Nilai t_{hitung} yang arahnya secara positif dan tampak lebih besar daripada t_{tabel} serta juga nilai signifikansi yang kurang dari angka 0,05, maka memberikan makna bahwa dalam hal ini ditemukan bahwa Media Sosial (X₂) memperlihatkan adanya pengaruh terhadap Minat Berwirausaha (Y). Dengan begitu disimpulkan bahwa H₂ berada dalam keputusan untuk diterima ialah Media Sosial (X₂) memberikan hasil pengaruh yang mengarah hasil positif dan juga hasil signifikan pada Minat Berwirausaha (Y).

Berlandaskan hasil tersebut, maka terjadi karena mahasiswa terlihat berpartisipasi secara aktif dalam media sosial, sehingga dapat selalu mengikuti tren bisnis terbaru dan dapat aktif mencari teman baru untuk memperluas relasi pemasaran suatu produk. Mahasiswa yang menggunakan media sosial merasa mendapatkan keterbukaan, di mana

mendapatkan tanggapan dan masukan terhadap unggahannya dalam media sosial dan dapat mengetahui produk yang dipasarkan melalui media sosial diterima melalui komentar dan *like* pada unggahannya. Percakapan menjadi lebih mudah dirasakan oleh mahasiswa dilakukan dalam media sosial, karena media sosial dapat memberikan penjelasan atau ulasan kepada berbagai kalangan dan dapat merespon dengan cepat serta sopan bila ada pertanyaan terkait produk yang dipasarkan melalui media sosial. Dalam media sosial ditemukan adanya komunitas, sehingga mahasiswa merasa mendapatkan informasi dan belajar dari anggota dalam komunitas tertentu dan dapat bergabung dengan komunitas media sosial tertentu untuk menambah relasi pemasaran produk. Dampak dari adanya media sosial juga dirasakan oleh mahasiswa lebih mudah saling terhubung, sehingga mempermudah memasarkan produk yang terunggah pada akun media sosial dan dapat menyebarluaskan pemasaran produk hanya melalui unggahan pada

salah satu *platform* media sosial kemudian membagikan ke *platform* lain.

Hasil yang diperoleh pada penelitian ini senada dengan temuan dari Prasetio, & Haryani (2020), bahwa hasil membuktikan bahwa media sosial berhasil memperlihatkan adanya dampak pengaruh yang arah hasilnya signifikan dan juga muncul jalinan hubungan korelasi yang arah hasilnya positif dan juga secara kuat pada minat berwirausaha Mahasiswa. Suratno, dkk. (2020) juga berhasil

memberikan hasil yang mendukung bahwa media sosial memperlihatkan hasil dampak pengaruh yang mengarah hasilnya positif dan juga hasilnya signifikan pada minat berwirausaha.

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan media sosial dengan memakai uji F nampak pada tabel 4.

Tabel 4. Hasil Melakukan F untuk Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha

	<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	Regression	5696,923	2	2848,462	149,969	0,000 ^b
	Residual	6191,916	326	18,994		
	Total	11888,839	328			

a. *Predictors* : (*Constant*), Media Sosial, Pengetahuan Kewirausahaan

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Sumber: *Output SPSS 25 for Windows*

Berlandaskan data dalam Tabel 4, maka memperlihatkan bahwa nilai *p-value* (Sig.) = 0,000 < 0,05. Perolehan hasilnya ini telah berhasil memberikan makna secara jelas bahwa dalam hal ini H₃ berada dalam keputusan untuk diterima ialah Pengetahuan Kewirausahaan (X₁) dan Media Sosial (X₂) memberikan pengaruh yang arah hasilnya positif dan hasilnya signifikan pada Minat Berwirausaha (Y).

Berlandaskan hasil tersebut, maka terjadi karena keyakinan kuat atas kekuatan sendiri terlihat dimiliki oleh mahasiswa yang tercermin dari memiliki keyakinan yang kuat menjalankan suatu usaha untuk tidak berhenti di tengah jalan. Sikap jujur dan tanggung jawab mampu ditunjukkan oleh mahasiswa dari memiliki minat untuk memulai suatu usaha. Ketahanan fisik, mental, keuletan, ketekunan bekerja mampu ada dalam diri mahasiswa di mana tampak dari minat untuk memulai suatu usaha. Pemikiran kreatif dan konstruktif mampu dimunculkan oleh mahasiswa, di mana tercermin dari memiliki minat dalam memulai menjalankan suatu usaha. Berorientasi ke masa depan mampu ada dalam benak mahasiswa karena memiliki pandangan ke masa depan terhadap usaha

yang dijalannya agar bisa bertahan dan memiliki pandangan ke masa depan untuk mengembangkan usaha. Berani mengambil risiko yang di mana dalam hal ini merupakan sikap yang mampu dimiliki oleh mahasiswa yang tercermin dari keberanian dalam mengambil sebuah risiko yang mungkin terjadi dan mampu mengetahui risiko yang akan dihadapi dalam memulai suatu usaha.

Hasil yang diperoleh pada penelitian ini senada dengan temuan Prasetio, & Haryani (2020) bahwa berhasil memberikan pembuktian ialah media sosial dan juga pengetahuan kewirausahaan memunculkan dampak yang arah hasilnya signifikan dan adanya jalinan korelasi yang arahnya positif pada minat melakukan kegiatan wirausaha yang terjadi pada mahasiswa. Hasil ini juga selaras dengan Suratno, dkk. (2020) bahwa dalam hal ini pengetahuan kewirausahaan dan media sosial berhasil tampak memberikan hasil dampak pengaruh yang arah hasilnya positif dan hasilnya signifikan pada minat berwirausaha.

SIMPULAN DAN SARAN

Adanya landasan pada perolehan pada pembahasan, maka simpulan yang disajikan ialah dalam hal ini sebagai berikut: (1) Tampak hasil memperlihatkan bahwa Pengetahuan Kewirausahaan (X_1) memperlihatkan dampak pengaruh yang arah hasilnya positif dan hasilnya signifikan pada Minat Berwirausaha (Y) dengan perolehan nilai *sig* yang angkanya mencapai $0,000 < 0,05$, (2) Tampak hasil memperlihatkan bahwa Media Sosial (X_2) memperlihatkan dampak pengaruh yang arah hasilnya positif dan hasilnya signifikan pada Minat Berwirausaha (Y) dengan perolehan nilai *sig* yang angkanya mencapai $0,000 < 0,05$, dan (3) Tampak hasil memperlihatkan bahwa Pengetahuan Kewirausahaan (X_1) dan Media Sosial (X_2) memperlihatkan dampak pengaruh yang arah hasilnya positif dan hasilnya signifikan pada Minat Berwirausaha (Y) dengan perolehan nilai *sig* yang angkanya mencapai $0,000 < 0,05$ dengan pemakaian uji F.

Berlandaskan pada perolehan hasil dari simpulan yang berhasil diuraikan, maka terdapat saran yang ada dalam hal ini ialah sebagai berikut: (1) Bagi Mahasiswa yang terdata sebagai Fakultas Ekonomi di Undiksha, hendaknya dapat lebih memperhatikan faktor yang berupa pengetahuan kewirausahaan dan juga berupa media sosial yang dalam hal ini mampu memberikan kontribusi dampak pengaruh pada Minat Berwirausaha. Kedua faktor ini harus dapat diperhatikan serta dievaluasi pelaksanaannya, karena melalui pengetahuan kewirausahaan dapat dijadikan sebagai investasi awal bagi Mahasiswa dalam memulai suatu bisnis yang baru. Selain itu media sosial sangat bermanfaat jika cara penggunaannya benar. (2) Untuk peneliti selanjutnya, maka dalam hal ini sangat diharapkan mampu melaksanakan kegiatan penelitian yang dilakukan pada objek yang berlainan dengan melakukan proses penambahan banyaknya jumlah angka responden. Selain itu melakukan proses penambahan pada variabel yang sudah ada maupun penggantian variabel.

DAFTAR RUJUKAN

- Aini, Q., & Oktafani, F. (2020). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 17(2), 151–159.
- Alma, B. (2018). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Bidarti, A. (2020). *Teori Kependudukan*. Bogor: Penerbit Lindan Bestari.
- Dinar, M. (2020). *Kewirausahaan*. Tangerang: Media Sains Indonesia.
- Jhanji, H. (2021). *Entrepreneurship and Small Business Management*. New Delhi: Excel Books Private Limited.
- Prasetyo, T., & Hariyani, R. (2020). Pengaruh Motivasi dalam Penggunaan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa. *Jurnal IKRA ITH Ekonomika*.
- Sintya, N. M. (2019). Pengaruh Motivasi, Efikasi Diri, Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga, dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Akuntansi di Universitas Mahasaraswati Denpasar. *Jurnal Sains, Akuntansi dan Manajemen*.
- Suratno, dkk. (2020). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Media Sosial, dan Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha Siswa/I Pada Smk Negeri 1 Kota Sungai Penuh. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(5), 477–490. <https://doi.org/10.31933/jimt.v1i5.212> (diakses pada tanggal 21 Juli 2022).
- Triastuti, dkk. (2017). *Kajian Dampak Penggunaan Media Sosial Bagi Anak dan Remaja*. Jakarta: PUSKAKOM.